



ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and  
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: [arid.my/j/AIJMCS](http://arid.my/j/AIJMCS)

**ARID**

International Journal of Media Studies and  
Communication Sciences  
مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال  
VOL: 2, NO. 4, July 2021 ISSN: 2709-2062

ARID  
ARID PUBLICATIONS  
ARID.MY/AIJMCS

## مَجَلَّةُ أُرِيدُ الدَّوْلِيَّةُ لِلدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَعِلْمِ الإِتِّصَالِ

العدد 4 ، المجلد 2 ، تموز 2021م

الإسلاموفوبيا والإعلام

محددات تغطية الإعلام العربي للظاهرة في زمن السوشل ميديا

ياسين صدوقي

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة- الجزائر-الجزائر

[yacine.sadouki@univ-dbkm.dz](mailto:yacine.sadouki@univ-dbkm.dz)

[arid.my/0005-5260](http://arid.my/0005-5260)

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2021.244>

---

**ARTICLE INFO**

---

***Article history:***

Received 15/03/2021

Received in revised form 22/04/2021

Accepted 18/6/2020

Available online 15/07/2021

<https://doi.org/10.36772/arid.ajmcs.2021.244>

---

**ABSTRACT**

This study seeks to identify the methods and methods of covering Islamophobia by Arab news channels, and that was set in the Qatari Al-Jazeera channel and alaraby television channel That broadcasts from England. This choice comes because they are affiliated to a television news complex that has huge (financial and human) capabilities that make them broadcast on a large scale. Therefore, we aim in this study to discover the most prominent determinants and foundations of coverage of the phenomenon of Islamophobia in an era in which social networking sites exploded and became a major driver in many issues, and the religious media was absent from the agenda of the traditional media.

**Key words:** Islamophobia, satellite news channels, social networking sites, religious media.

### الملخص

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أساليب وطرق تغطية القنوات الإخبارية العربية لموضوع الإسلاموفوبيا، والتي تم ضبطها في قناة الجزيرة القطرية وقناة التلفزيون العربي التي تبث من إنجلترا، ويأتي هذا الاختيار لكونهما مؤسستان تابعتان إلى مجمع تلفزيوني إخباري يتوفر على إمكانيات (مالية وبشرية) ضخمة تجعل بثهما على نطاق واسع، لذا نهدف في هذه الدراسة إلى اكتشاف أبرز محددات وأسس التغطية لظاهرة الإسلاموفوبيا في عصر انفجرت فيه مواقع التواصل الاجتماعي وأصبحت محرك رئيسي في كثير من القضايا، وغاب فيه الإعلام الديني عن أجندة وسائل الإعلام التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الإسلاموفوبيا، الفضائيات الإخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي، الإعلام الديني.

"الإسلاموفوبيا" هو مفهوم يعني حرفياً الخوف الجماعي المرضي من الإسلام والمسلمين، إلا أنه في واقع اليوم بات يعني نوع من العنصرية قوامه جملة من الأفعال والمشاعر والأفكار النمطية المسبقة المعادية للإسلام والمسلمين، ولقد ازدهر مفهوم الإسلاموفوبيا في مطلع العقد الأول من الألفية الثالثة وتحديداً إثر هجمات 11 سبتمبر/ أيلول 2001 التي وقعت في الولايات المتحدة وتبناها تنظيم القاعدة، ولقد أحدثت هذه الواقعة تحولاً نوعياً في واقع العلاقات الدولية واحتل إثرها بلدان إسلاميان هما العراق وأفغانستان. ثم بعدها عرف المصطلحات جولات متعددة في محطات على المستوى الدولي، ولعبت الفضائيات دوراً بارزاً في هذه المعركة، وكانت الحصان الرابح لمن أراد توجيه الرأي العام الدولي والمحلي نحو شباك الإسلاموفوبيا بأزياء مختلفة أو أبعاده عنها وتوعية الشعوب الإسلامية بأساليب مواجهة الأزمة إن استطاع فعل ذلك رغم تأخر الوقت، لذا فإن ظاهرة الإسلاموفوبيا اليوم تصلح للنظر في كيفية تعاطي الإعلام العربي معها خاصة في عصر بات يعرف بعصر التطورات التي لا حدود لها، والمعرفة تتدفق على البشرية من كل اتجاه، ورغم ما واجهته المنطقة العربية في صراعتها المستدام كما أوضحنا مع ظاهرة الإسلاموفوبيا إلا أنه اتضح أن الفضائيات العربية الإخبارية على وجه الخصوص وكأنها لم تتعلم من التجارب السابقة، وبقيت بامتياز تتعايش مع النقوب التي تعترى جسدها الإعلامي، يعني التغطية التي سقطت في حزن السياسة وجعلتها سيده الألويايات دون الاكتراث أو التركيز على باقي الجوانب المهمة في حياة المجتمعات الإسلامية وهنا نشير إلى الدين، وما غياب أو تغيب الإعلام الديني إلا وكان باب المآسي الفكرية خاصة على الشعوب العربية يفتح، لذا يتطلب جهداً تواصلياً إعلامياً أكثر فعالية تجنباً لتكرار المآسي الناتجة عن الاستهانة بالمسلمين ومقدساتهم التي تعتبر خطأ أحمر لا يسمح بتجاوزه.

عندما تلاحظ الشبكة البرمجية لبعض القنوات الفضائية ذات التوجه الإخباري ورغم استحوادها على نسب مشاهدة كبيرة مما يوحي بأن تأثيرها كبير على نسبة عالية من الجماهير، تجد ابتعادها عن المواضيع التي تخص دين الناس وتتناول قضاياهم الدينية بعيدة كل البعد عن الاستوديو أو غرفة الأخبار، وهذا ما يؤكد عدم قيام القنوات بدورها الرئيسي في تثقيف المشاهد، والتثقيف الديني جزء أساسي في ذلك بما أن الفضائيات عربية وفي جزء كبير منها إسلامية، لذا نجد في كثير من الأحيان بوصلة تثقيف الجماهير في كيفية التعاطي مع الظواهر الدينية معرفياً ومهارياً قد سحبت من يد الفضائيات وأخذت وسائل التواصل الاجتماعي الكفة لصالحها، وما أن انفجرت أزمة حتى تجد القنوات تتهافت وتطرق باب وسائل التواصل الاجتماعي حتى ترى ماذا تخبرنا عن الميدان وكيف يفكر الشعب وما سيفعل.

الظواهر التي ضربت وتضرب المقدسات الإسلامية، يعني الإسلاموفوبيا وما تحمله على أكتافها من انزلاقات فكرية تهدد سلامة البشرية جمعاء والتعايش السلمي للشعوب في كنف حرية المعتقد والاحترام الدائم، يجب أن تكون عبرة للبشرية، ويجب أن يلتفت الإعلام حقاً للموضوع وخطورته حتى لا يقدم عليه المتهورون، ثم عندما تنقض عليهم الشعوب الإسلامية يخرج بعض الساسة والإعلاميين للحديث عن الأزمات الاقتصادية، على الإعلام أن يفكر ووجد للاستثمار في الإعلام الديني في سبيل تجنب البشرية أي تصادمات تعود بالضرر على الجميع.

#### ❖ الإطار المنهجي للدراسة:

##### ● إشكالية الدراسة:

كانت دوما البضاعة الإسلامية في الغرب بين ازدواجية شهيرة، أحدهم يواجه والآخر ينصف، وقد عرف المسلمون في الغرب عدة أوجه للمواجهة بينهم وبين من يختلفون عنهم في الدين، ومع توالي السنوات ولدت وترعرعت وكبرت ظاهرة ليست كمثال الظواهر الاجتماعية الأخرى، هي ظاهرة الإسلاموفوبيا التي اجتاحت كل الأسوار وتجاوزت كل الحدود وهي تصطم بالمسلمين في مختلف بقاع الأرض، وكان الإعلام على الدوام يتجول بين جوانبها، إما لمواجهتها أو لترويج لها، وإن كان في هذه الأخيرة قد لا يقصد ذلك إلا أنه قدم هذه الخدمة كما يجب، والشعوب بقيت بين مد وجزر في بحر الظاهرة، لذا وجب أن ننقب ونبحث في الإعلام كونه الواجهة الأولى في الترويج أو التوعية من مخاطر ظاهرة الإسلاموفوبيا حيث تكمن الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في كشف المحددات التي تقوم عليها تغطية الفضائيات الإخبارية العربية للتثقيف الديني ومواجهة الظواهر التي تهدد سلامة المعتقدات الدينية لدى المسلمين في كل بقاع العالم، وقد لاحظ الباحث أن هذه التغطية يطغى عليها الجانب الكمي والتناول التثقيفي بشكل متغير وكأن بعض القنوات تعمل على بث ثقافة دينية جديدة في الساحة العربية، وكأنها ازدواجية لرواية غربية أضحت محل جدل غزير في الساحة الإسلامية، في وقت أشارت فيه العديد من الدراسات الأكاديمية لمعايير الرواية الإعلامية لدى بعض القنوات الإخبارية وتقلباتها وتغيراتها المستمرة حول مسائل الإسلام والمسلمين حسب السوق الإخبارية وأرقامها المتغيرة في بورصة التغطية الإعلامية.

وتكتمل الإشكالية بإغراق المشهد الإعلامي من لدن رواد الإعلام الجديد الذين وجدوا في شبكة الويب بصفة عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، فضاءات رحبة لإلقاء الرسائل التواصلية المتعلقة بمعتقداتهم الدينية، ومواجهة الأفكار المحرّضة ضد معتقداتهم وقيمهم الدينية، وقد لعب الهاشتاق دوراً محورياً في التعبير عن آراء ووجهة نظر المجتمع العربي الذي بدى له الدفاع عن موقفه أفضل من انتظار المؤسسات الإعلامية التقليدية لتلعب هذا الدور.

وهنا، تبدو إشكالية الدراسة في البحث عن محددات التغطية الإعلامية الإخبارية لعينة الدراسة للمسائل المتعلقة بالدين الإسلامي وقضايا المسلمين داخل وخارج العالم الإسلامي، وبشكل أعمق كيفية التعامل مع موجة الإسلاموفوبيا التي تكتسح المشهد الإعلامي، وتتبعثر في المجتمعات الإسلامية خاصة بعد تصريح الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون، وما تلاه من رسومات مسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم ثم الانفجار الاجتماعي لدى الشعوب الإسلامية وحملة مقاطعة المنتجات الفرنسية، وكان لكل هذا في بادئ الأمر ميدان مواقع التواصل الاجتماعي الذي غذاه.

- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التماس النقاط التالية:

- التعرف على أساليب وطرق تغطية القنوات الإخبارية العربية لموضوع الإسلاموفوبيا.
- التعرف على واقع التعاطي مع القضايا الدينية لدى الفضائيات الإخبارية التقليدية في زمن السوشل ميديا.

- إظهار أبرز محددات وأسس التغطية لموضوع الإسلاموفوبيا لدى الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة.

- إبراز أهمية العمل على الإعلام الديني في الفضائيات الإخبارية ودوره في تجنب المجتمع الإسلامي الانزلاقات العقيدية والفكرية.

- حث وتشجيع الإعلام العربي على ضرورة التعاطي مع الظواهر الاجتماعية التي تهدد البيئة الإسلامية.

- إظهار الاختلاف بين تغطية الفضائيات التقليدية وتناول رواد مواقع التواصل الاجتماعي.
- إبراز التمايز النوعي بين الفضائيتين عينة الدراسة في تغطيتهما للمسائل الدينية.

- منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة لبلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي تتطرق إليها، حيث يعرف المنهج بأنه الطريقة التي تتبع للكشف عن الحقائق بواسطة استخدام

مجموعة من القواعد العامة ترتبط أساساً بتجميع البيانات وتحليلها حتى تسهم في الوصول إلى نتائج ملموسة<sup>1</sup>. وهذه الدراسة تستند إلى منهج نوعي استكشافي أو ان صح التعبير منهج كفي، الذي يهدف في الأساس إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة، يعني ينصب اهتمام هذا المنهج على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكيات التي تم ملاحظتها<sup>2</sup>. لذا في هذه الدراسة ننظر في واقع التغطيات الإعلامية لظاهرة الإسلاموفوبيا، والتي تقوم بها قناة الجزيرة وقناة التلفزيون العربي ويحلل هذا الواقع انطلاقاً من المداخل النظرية التي تأسس للتغطية الإخبارية في الظواهر الاجتماعية وهكذا، تستأنس الدراسة بالبيانات والمعلومات الكمية التي توفرت حول موضوع الإسلاموفوبيا وأوجه التغطية الإعلامية الإخبارية للظاهرة وسبل مواجهتها.

#### • الإطار الزمني للدراسة:

تجري هذه الدراسة في الوقت الذي ارتفعت فيه وتيرة الخطاب الإعلامي في ضوء ارتفاع مؤشر الإسلاموفوبيا في كل العالم، لذا تأتي الدراسة في إطار زمني محدد انطلاقاً من 25 سبتمبر/ أيلول إلى غاية 30 أكتوبر/ تشرين الأول سنة 2020 أي في الوقت الذي عرفت فيه القضية ضغطاً غير مسبوق بدءاً من تصريحات الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون وصولاً إلى حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية.

كما أن الدراسة تنظر في أرسيفات مقاطع الفيديو ذات العلاقة بالظواهر الاجتماعية والدينية التي تحملها القنوات المدروسة في حساباتها في اليوتيوب، وأيضاً المواقع الالكترونية والتي يعود بعضها لسنوات، قصد استكشاف مدى الاهتمام بالظاهرة وكذا مسائل الإسلام والمسلمين.

#### • تحديد مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث في الأساس أنه جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى اشراك جميع أفراد المجتمع فيها، لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيراً، بحيث لا يستطيع الباحث إشراكهم جميعاً<sup>3</sup>، وهذه الدراسة التي تهتم بالكيفية التي تغطي بها الفضائيات الإخبارية العربية للمواضيع المتعلقة بالدين الإسلامي وقضايا المسلمين، وعلى وجه الخصوص ظاهرة الإسلاموفوبيا باعتبار أن الموضوع يفرض نفسه على أجندة وسائل الإعلام العربية التي هي المجتمع الأصلي، لذا من بين مجتمع الفضائيات العربية الإخبارية اختار الباحث عينة قصدية تشمل قناة الجزيرة التي تبث من قطر وقناة التلفزيون العربي

<sup>1</sup> الهادي محمد. أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 1995. ص97.

<sup>2</sup> مورس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر 2004، ص100.

<sup>3</sup> مهدي محمد جواد أبو عال، محاضرة مجتمع البحث وعينته، كلية التربية الأساسية، شبكة جامعة بابل العراق، 23/10/2018، (تم الاطلاع في 2020/11/05).

التي تبث من إنجلترا، ويأتي هذا الاختيار لكونهما مؤسستان تابعتان إلى مجمع تلفزيوني إخباري يتوفر على إمكانيات (مالية وبشرية) ضخمة تجعل بثهما على نطاق واسع، ولهما الإمكانية في مخاطبة الجمهور في شتى بقاع العالم، ويصل مداهما إلى أوسع مساحة في الكرة الأرضية، وحتى على الفضاء الإلكتروني لهما تواجد أشبه بخطوط العنكبوت في إشارة إلى البث وشبكة المرسلين المتوزعة في كل نقطة بالعالم، وهذا يتلاءم مع طبيعة الإسلاموفوبيا المنتشرة والتي يزيد مؤشر انتشارها يوماً بعد يوم، إلى جانب هذا بدى من النظر والملاحظة المباشرة للشبكة البرمجية للفضائيتين الإخباريتين أنهما توليان أهمية كبيرة لقضايا المجتمع العربي والإسلامي وفق سياستهما التحريرية التي أفصح عنها من قبل مؤسسي المحطتين، أي أنهما قناتان تسييران في ضوء الدفاع والطرح للقضايا التي تهدد المجتمعات والشعوب العربية، وأن هذا النوع من القضايا يمثل الصدارة في الاجندة الإعلامية لكل منهما.

#### ❖ الإطار النظري للدراسة:

##### • الإعلام والأزمات:

يتعرف الإنسان في جل مراحل حياته على أزمات وضغوطات تتجول حول حياته، لذا فإن توقع البشر بحدوث المزيد من الأزمات يكاد أن يكون أمراً شريعياً، حيث تشير الأبحاث التي تناولت أسس إدارة الأزمات إلى ضرورة اعتبار حدوثها أمر حتمي مفروغ منه، فهي تحديات الحياة وعليه أن يكون ضمنها، لذا وجب أن يستعد لها بصفة مستدامة إما لمواجهة بشكل مباشر أو تجنبها، والإعلام مكلف على الدوام بالقيام بأدواره إلى جانب الإخبارية أيضاً التعليمية ضمن سيرورة الحياة سواء كانت الأزمات عالمية أو محلية فهو المكلف على الدوام بمد يد العون والمساعدة للمجتمع وأفراده من أجل تجاوز أو احتواء الأزمة قبل انفجارها أو خروجها عن السيطرة.

ما يبدو جلياً من ملاحظتك لأجندة وسائل الإعلام الإخبارية على وجه الخصوص فإنك تجدها على الدوام تتكاسل في تناولها للأزمات قبل حدوثها، يعني أنها تعيش حقاً أزمة تعاطبها مع الأزمات، حيث إنها دائماً ما تنتظر الوقت بدل الضائع لتجدها تلهث وراء عدسات الكاميرا لتلقط مشهد الأزمة في صورة تلخص لك علاقة تمفصل قد تزيد من فجوة وعمق الأزمة وهذا راجع لفقر تام بمعرفة خبايا الأزمة وتداعياتها، خاصة وأن البشرية على الدوام أثبتت أنها في كثير من الأحيان لا تتعظ من انزلاقاتها السابقة، يعني عدم الاتعاض يصعب مأمورة الإعلام، فوسائل الاعلام كما هو متعارف عليه في أدبيات الإعلام أنها



أحد مكونات النظام الاتصالي حول قضية ما، يعني هو الذي يساهم في إحداث وحدة في الفكر العام لدى المجتمع وصياغة رأي عام متفق عليه حول قضية ما، وهو ذو تأثير واضح بقضايا العصر ومشاكله وطريقة معالجة هذه القضايا<sup>4</sup>.

تتعدد وتنشعب تعريفات ومفهوم الأزمة انطلاقاً من المقاربات التي تتناولها والمجالات التي تلخصها، ويمكن أن تقدم في ست مجموعات متداخلة وهي<sup>5</sup>:

أولاً: المقاربة العضوية التي ترى الأزمة كخلل وظيفي يتسبب فيه أحد الأعضاء.

ثانياً: تكاملية الأنا الناتجة عن التوازن بين النجاح أو الإخفاق في التعاطي مع المشكلات.

ثالثاً: المقاربة التنموية، والتي ترى الأزمة كنتاج للمراحل التطورية التي يمر بها الإنسان أو الكيانات.

رابعاً: الأزمة كتغيير كبير في مجرى الحياة والذي يلقي مقاومة من لدن الأفكار والإدراكات والممارسات السائدة.

خامساً: المقاربة التواصلية للأزمة باعتبارها نتاجاً لسوء التواصل ودور الإعلام في تجاوزها.

سادساً: دور العلاقات الشخصية والاجتماعية والثقافية في حدوث الأزمات.

وفي ضوء ما ذكر فإن حدوث مفارقة كبرى تتعلق بإعلام الأزمات فيما يخص النظرية والتطبيق يبدو واضحاً وضوح الشمس، يعني عندما نتجه في طريق المستوى النظري يمكننا أن نقدم تعريف إعلام الأزمة على أنه الممارسة الإعلامية المستقلة والهادفة للحيلولة دون حدوث الأزمة، وهذا من خلال نشر الرسائل الإعلامية الهادفة إلى توعية وتثقيف المجتمع بمخاطر الأزمة وكذا طرح وتحليل السيناريوهات الممكنة لمواجهتها أو تفاديها إن أمكن، يعني أن إعلام الأزمة نظرياً هو تلك العملية الصحفية الوقائية المستدامة التي ترشد المجتمع لطرق تفادي الأزمات، إلى جانب حسن التصرف أثناء وقوع الأزمات التي تكون خارجة السيطرة أو المحتومة. بينما يسير إعلام الأزمة الفعلي التطبيقي كما نلاحظه ونسجله في أزمة ظاهرة الإسلاموفوبيا أو الأزمة الصحية التي عصفت بالبشرية كورونا "كوفيد 19" خلال هذا العام فإن صورته واضحة وهو يتخبط ويلهث خلف السبق الصحفي الذي لا يسمن ولا يغني من جوع في ظل انتشار أو تشعب الظاهرة أو الأزمة، فتلك التغطية المبنية على الظهور حال ظهور الأزمة والاختفاء حال اختفاء الأزمة، وهكذا تبقى فوق المكتب تنتظر دورها عندما تحل أزمة جديدة، هي في الحقيقة لا تساعد بأي وجه من الوجوه في التقليل من أضرار الأزمة أو مواجهتها بل هو سقوط حر في فخها العميق.

<sup>4</sup> د. حسين عبد الجبار، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2008، ص9.

<sup>5</sup> Katherine Eastham، The Concept of Crisis، Canadian psichaitric Assiciation Journal، Vol 15. No 05. 1970. P 463-465. (pdf copy downloaded from SAGE Journal website).

إن، يتصور لنا ويبدو واضحاً مشهد أزمة إعلام الأزمات في التعامل مع الأزمات والظواهر، والذي يبثها في صورة الأحداث العادية إلى غاية انفجارها وحدثها، لذا تكون الحصيلة شبه ملازمة للأزمة والضرورة جزء منها. وهذا من جهته يسير في اتجاه يتناقض إلى حد ما مع الدور التواصلي الطبيعي للإعلام، أو على الأقل مع حجم المسؤولية المنوطة على عاتق الإعلام في زمن تشهد فيه المعرفة الإنسانية دخولاً في نفق الفوضى الناتجة عن سهولة الخطاب، وتزواج الأخبار الصحيحة بالأخبار الكاذبة والإشاعات، وامتزاج العلم الحقيقي بالعلم الزائف في علاقة غير شرعية.

لقد أصبحت اليوم العلاقات المستشكلة التي ربطت الإعلام وأصحاب القوى من فاعلين سياسيين أو اقتصاديين أو اجتماعيين أو حتى عسكريين في بعض الأحيان، يلقي بضلاله بشكل بارز على أداء الإعلاميين مقروناً ذلك بالأزمات على وجه الخصوص. يعني أن هناك عناصر جذب مغرية تجعل هذه القوى تطمع في الإعلام حتى تسيطر عليه، وتجعله يوافق بوجهه الأخر قصد الدعاية والترويج لأفكارها أو مخططاتها وتقديم الصورة الذهنية التي ترغب في تلقينها للمجتمع، أو في الجانب الأخر مشهد الصراع ضد ما يعده الإعلام من تعرية تلك القوى وكشف أخطائها، وهذا الصراع ينعكس سلباً على الدوام. في خضم علاقات الأغواء والتهديد والقمع التي يعيشها الإعلام يومياً وكأنها مسلسل درامي بامتياز، تبتعد بشكل تدريجي أجندة تناول الأزمات في طوفان الأجدات اليومية المفروضة على وسائل الإعلام، ويبقى الثمن معلقاً إلى أن تدفع البشرية البريئة من كل ذلك، فهي دائماً ما تدفع ثمن الفاتورة الباهظة جراء كل أزمة جديد تعيشها.

هناك مجموعة من الأسباب التي تجعل علاقة الإعلام مع ظاهرة الإسلاموفوبيا أو الأزمات بصفة عامة مأزومة تضع الإعلام في خانة اللوم والسؤال دوماً، أبرزها ما يلي:

- يركز سيد رضا عاملي على قدرة صناعة الإعلام على إنتاج الحقيقة، فيذكر أن الحقيقة المصنعة التي ينتجها الإعلام، يشكّل ضاغطاً أكبر من الحقيقة الموجودة على أرض الواقع. ويذكر العامل أن التوصل إلى نتيجة خاطئة عن المسلمين والحكم على المؤمنين انطلاقاً من هذه النتيجة هو التمييز المزدوج، ويشير إلى أن المحاصصة في هذا التمييز تتم في الإعلام. وموضوع التمثيل الإعلامي للإسلام والمسلمين الذي شكل في الآونة الأخيرة الأدبيات بشكل فعلي، يؤيد الجانب السلبي للخطاب والصورة المتعلقة بالمسلمين في وسائل الإعلام الرئيسية الغربية<sup>6</sup>.
- ارتكاز المؤسسات الإعلامية بشكل مكثف على مادة الأخبار السياسية وتوظيف في سبيلها أي اتجاه

<sup>6</sup> Saied R. Ameli, Syed Mohammed Marandi, Sameera Ahmed, Seyfeddin Kara ve Arzu Merali, British Muslims' Expectations of the Government: The British Media and Representation: The Ideology of Demonisation. London : Islamic Human Rights Commission, 2007, p10 .

يجذب المشاهد، وإهمال العمل على التثقيف الديني المستقل عن العباءات السياسية أو الطائفية، وهذا ما أكده العديد من الباحثين والتمسناه بالملاحظة المباشرة للمؤسسات الإعلامية، وهذا نتج عنه ما يعرف بطغيان الإعلام الاخباري عن غيره.

● عمليات الإفساد المتعددة التي تتعرض لها الممارسة الإعلامية الرصينة نتيجة شبكات التواصل

الاجتماعي الرقمي التي تمكن مستخدميها من فضاءات رحبة لممارسة التواصل الإعلامي ومناقشة المسائل الدينية في فضاء لا رقيب فيه ولا يخضع للهيمنة، وعلى الرغم من ضعف تأهيلهم الديني في بعض الأحيان على مستوى مهارات وأساسيات نقاش المسائل الدينية، لذا تتحمل المؤسسات الإعلامية مسؤولية هذا الهروب.

● واقع الإعلام الديني:

تلعب المعرفة الدينية دوراً بارزاً في حياة الناس، رغم اختلاف الآراء والتوجهات نحوها إلا أن لفت أنظار الناس إليها وإرشادهم لدورها المقدم في سبيل حياة البشرية لهو أمر في غاية الأهمية، فجهود الدين ورجالاته انتقلت الحضارة الإسلامية وتغذت الحضارات الغربية منها منذ بطون الزمن، وهذه حقيقة مسلمة لا يمكن إنكارها أو تجاهلها، وأنت عندما تطالع وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة فإنك تجدها في جل أوقاتها تتصوف في تعاطبها للملف الديني باستثناء الإعلام المتخصص أي القنوات الدينية، أما الحديث عن القنوات الاخبارية أو المؤسسات الإعلامية بصفة عامة فتناولها نسبي إلى أقصى حد.

الدين يلبس حياة البشر باختلاف عقائدهم في حياتهم اليومية ولا يكاد أن ينفك عنهم صباح مساء، لذا من الكمال أن يهتم الإعلام الاخباري بالإعلام الديني ويعمل على تحسين واقعه وظروفه التي تحيط به وتقلباته اليومية التي يصطدم بها الانسان والمجتمع، وهذا من أجل إبراز صورته ودفع الانزلاقات عنه وعن أفراد المجتمع الذين قلنا إنهم يلتصقون دوماً بالدين في كل جوانب حياتهم إن لم يكونوا جميعهم فأغلبهم.

لقد ذهب الكثير من المهتمين لتقديم تعريف موجز وملخص للإعلام الديني إلا أن جل المحاولات في أغلبها كانت تتناول السطح دون الدخول إلى العمق، كأن هؤلاء الباحثين يرون أنه من الممكن أن نتبنى أي تعريف سابق للإعلام مع تقييده بمراعاة الضوابط الشرعية، وهذا ما نستنبطه من إيراد الباحثين الإسلاميين لها مكتفين بها، وهكذا عرفه الدكتور كرم شلبي في معجمه بأنه: التزام وسائل الإعلام في كل ما تقدمه من مواد، التزاماً دقيقاً بالشريعة الإسلامية وما حددته من ضوابط في تقديم الأخبار وتفسيرها، وفي التوجيه والتعليم والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر<sup>7</sup>، وعرفه الدكتور محيي الدين عبد الحلیم بأنه تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام،

<sup>7</sup> د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، الطبعة 2، مصر 1994، نسخة الكترونية، موقع نيل وفرات كوم، ص 521.

بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، وذلك بغية تكوين رأي صائب، يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته<sup>8</sup>، ويعرفه الدكتور منير حجاب بأنه جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال، هيئة كانت أم جماعة أم فرداً لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده، بكافة إمكانات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته<sup>9</sup>.

تأسيساً لما ذكر أعلاه وما جاءت به التعريفات لمفهوم الإعلام الديني أو بشكل أدق الإعلام الإسلامي، يتضح لنا وبشكل بارز أن وسائل الإعلام المعاصرة باختلاف أنواعها تقتصر على تقديم جرعات متواضعة جداً إن لم تكن معدومة، يعني باختصار جرعات لا تتناسب بأي شكل من الأشكال مع أهمية الدين في حياة البشر. فكما هو معروف وكما تم تثبيته أعلاه الدين هو أساس حياة البشر وهو قوام حياتهم في كل جوانبها، لذا حق له أن يعثر لمكان أساسي له ضمن الأجندة الإعلامية وأن يتغلغل في كل محتوى إعلامي يبث.

عندما انفجرت أزمة الإسلاموفوبيا كشفت وسائل الاعلام ودون استثناء المشهورة منها أو غير ذلك، الإخبارية منها أو غير ذلك، وكان واضحاً حالها وهي تنهافت سعيًا في كل الاتجاهات من تغطية ما نتج عن هذه الأزمة، وخاصة حين تسببت في إعاقة حركة العالم العربي اقتصادياً واجتماعياً بعد انفجار حملة المقاطعة وكذا الحركات الاحتجاجية أم السفارة الفرنسية، من جانب آخر كشفت مدى عمق الفجوة في غياب الإعلام الديني الذي لم يهيئ المسلمين لمواجهة هذه الأزمة أو غيرها من الأزمات الفكرية التي تضرب المعتقدات.

لا يمكن إنكار وجود قصور كبير في الإعلام التلفزيوني بشأن تقديم برامج دينية تجذب المشاهد، كما هو الحال في البرامج السياسية أو الرياضية على سبيل المثال، ويتسبب في هذا القصور عجز بعض المؤسسات الإعلامية في استقطاب إعلاميين محترفين متخصصين في التعاطي مع المحتوى الديني، أو استقطاب مختصين في الملفات الدينية قادرين على تقديم محتوى سليم ودقيق دون شوائب، حيث تؤكد دوما فشل الإعلام المعاصر في تطوير الخطاب الديني، وجعله في قالب قادر على الوصول إلى جل شرائح الجمهور والتأثير فيها.

<sup>8</sup> د. محيي الدين عبد الحليم، الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 2، القاهرة، مصر 1984، نسخة الكترونية، موقع نيل وفرات كوم، ص 140.  
<sup>9</sup> د. محمد منير حجاب، الاعلام الإسلامي " المبادئ. النظرية. التطبيق " دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة 1، القاهرة، مصر 2002، نسخة الكترونية، موقع كتاب بيديا، ص 25.

إن الإعلام الديني ليس مجرد أخبار عن أحداث أو تصريحات تضرب العبادة الدينية لمجتمع ما، بل هو اشتغال شبه يومي مستدام في التوعية والتثقيف والتربية القائمة على حرية المعتقدات والحفاظ على الحدود دون المساس بها أو تشويهها، ولا نعتقد أن الإعلام الديني يحتاج لشيء سوى إدراك وفهم أهميته وخطورة غيابه والاتعاظ بالتجارب السابقة، وما تجربة الرسومات المسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم في الدنمارك أو صحيفة شارلي ابدوا إلا خير مثال على ذلك.

وتتحقق فعالية الإعلام الديني بتوفر مجموعة من المحددات التي تهدف إلى إعادة النظر في تقييم الأفراد والمجتمعات والدول لدور الإعلام الديني في مسيرة البشرية. وأبرز هذه المحددات ما يلي:

- الإقرار بأولوية الدين في حياة البشر، لأنه يجسد قوام حياة الفرد خاصة في الجانب النفسي للشخصية، والذي أثبتت العديد من الأبحاث الأكاديمية مدى تأثير الدين في بناء شخصية الفرد المستقل، لذا العمل على التثقيف الديني أكثر جدوى ومنفعة من العمل على آثار الانزلاقات والهجمات بعد ذلك، والإعلام الديني هو الأجدر لتحقيق الوقاية الفعالة والمستدامة.

- إعادة ترتيب السياسات التحريرية لوسائل الاعلام، وإدراج الإعلام الديني ضمنها وفي اللوائح الرئيسية وفي جوانب مختلفة، فالاهتمام المبالغ فيه بالحدث السياسي على حساب الحدث الديني يزيد من عمق الأزمة ولا يعالجها، وخير مثال على ذلك حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية كيف تعامل معها الساسة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حين ارتفع خطاب المصالح السياسية مع الثوابت الدينية للشعوب.

- تقريب عوام الناس من النتاج العلمي الذي يهتم بدين الناس، ويحافظ على سلامة معتقداتهم وأفكارهم المستقيمة، نحن نعلم أن الإنتاج العلمي الديني غالبا ما يبقى بعيداً عن مرمى عوام الناس الذين يقعون دائما في شباك العلم الزائف الذي يلعب حسب أهوائه بعقول الناس، لذا يحتاج هذا المحتوى لمعالجة خاصة على يد محترفين في أسس التواصل الفعال، والأمر من جهته يتطلب استثمار مادي وبشري وفكري يليق بأهمية الدين.

- السياق التاريخي للإسلاموفوبيا:

يشير بعض الدارسين في كتاباتهم إلى أن مصطلح الإسلاموفوبيا تم استخدامه لأول مرة عام 1910م من قبل مجموعة من المستشرقين المتخصصين في الدراسات الإسلامية، ومن هؤلاء الباحث "الآن كيليان" الذي أشار في أطروحته السياسة الإسلامية في غرب إفريقيا سنة 1910م إلى الإسلاموفوبيا بأنها "التحيز ضد الإسلام" حيث أراد الكاتب بهذا التعريف أن يبين أن هناك تحيز وعدم موضوعية وكرهية ضد الإسلام في الحضارات الغربية والمسيحية، فهم يرون في

المسلمين خطر يهدد كيان الحضارة الغربية ودياناتها المسيحية<sup>10</sup>، إلى جانب ذلك تشير العديد من الدراسات الأكاديمية الغربية إلى أن النشأة الأولى لاستخدام مفهوم الإسلاموفوبيا في الأدبيات والكتابات الغربية تعود إلى عشرينيات القرن الماضي، حيث استخدمه مستشرق بلجيكي هو " هنري لامينس" في سياق كتاب له عن الرسول صل الله عليه وسلم، كما أن المصطلح ورد ذكره أيضا في كتاب للرسام الإستشراقي الفرنسي "إيتيان ديني" بعنوان الشرق كما ينظر إليه من الغرب<sup>11</sup>.

#### • تعريف الإسلاموفوبيا:

لغويا الإسلاموفوبيا هي كلمة مستحدثة ومركبة من لفظين هما إسلام وفوبيا، هنا نتناول كلمة "فوبيا" وهي لاتينية وأصلها في اللغة تعني الرهاب أو الهلع أو الخوف من شيء ما أو مجموعة ما، وهو خوف لا شعوري غير مبرر من مواقف أو أشخاص أو نشاطات أو أجسام معينة، وهو بذلك يصنف مرض نفسي ينبغي عالج. فالإسلاموفوبيا منحوتة من كلمة إسلام الذي هي عربية الأصل وكلمة فوبيا اللاتينية التي تعني الرهاب أو الخوف وبدمجها يصبح المصطلح يعني الرهاب أو الخوف من الإسلام<sup>12</sup>. أما اصطلاحا فقد عرفها المجلس الأوروبي في تقريره الذي أصدره سنة 2005 عن الإسلاموفوبيا وتأثيرها على الشبيبة، بأنها التخوف أو الأحكام المسبقة اتجاه الإسلام والمسلمين وما يتعلق بهم، سواء تم التعبير عنه بالأشكال اليومية العنصرية أو التمييز أو في أشكاله الأكثر عنفا<sup>13</sup>، أما ماتياس غارديل "Matias Guardil" وهو باحث سويدي في الدين المقارن فقد عرف مصطلح الإسلاموفوبيا بأنه الإنتاج الاجتماعي للخوف والتحامل على الإسلام والمسلمين، بما في ذلك الأفعال الرامية لمهاجمة وعزل أشخاص بناء على فرضية ارتباطهم بالإسلام والمسلمين<sup>14</sup>.

#### ❖ تغطية الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة لظاهرة الإسلاموفوبيا:

انفجرت مواقع التواصل الاجتماعي بعد تصريحات الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون ثم ما جاء بعدها من تأكيد لحرية التعبير في موضوع الرسوم المسيئة لسيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وكذا الأحداث التي تشهدها أوروبا بصفة عامة وفرنسا بصفة خاصة، لذا ليس من المستبعد أن تهتم وسائل الإعلام بتغطية هذه الظاهرة ومنها يتولد التساؤل حول نوعية هذه التغطية وأصالتها وتجذرها. الأمر الذي يدفعنا للبحث في واقع الإعلام الديني في هذه الوسائل، وعلى رأسها القنوات الفضائية

<sup>10</sup> رائد أحمد غنيم، الخوف الغربي من الإسلام، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة 2012، نسخة الكترونية، ص 15.

<sup>11</sup> أسماء فريد الرجال، سلسلة مفاهيم: الإسلاموفوبيا، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، مصر 2010، نسخة الكترونية، ص 10.

<sup>12</sup> شنيوي عبد مطر، علي رمضان صالح، الإسلاموفوبيا في الفكر السياسي الغربي، مجلة تكريت للعلوم السياسية 2017، نسخة الكترونية، ص 410.

<sup>13</sup> زريق نفيسة. عربي عزوز، الخطاب الإعلامي والسياسي الغربي وتنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا. ملامح التأثير ومستوياته، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية 2017، نسخة الكترونية ص 04.

<sup>14</sup> كهينة افروجن، الإسلاموفوبيا في الإعلام المكتوب الغربي: بحث في مصادر الصورة النمطية المعادية للإسلام، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2017، نسخة الكترونية ص 275.

المشمولة في عينة البحث، وما إذا أنت هذه التغطية مواكبة لانتشار الظواهر الدينية أو مقرونة بلحظة اهتمام الجمهور المتابع وجمهور السوشل ميديا فتتبدل أجندة الإعلام تماشياً مع الاهتمامات.

حتى نفهم المحددات التي انطلقت منها تغطية الفضائيات الإخبارية المشمولة في الدراسة لظاهرة الإسلاموفوبيا علينا البحث في واقع الإعلام الديني في هذه القنوات بالعودة إلى الماضي القريب.

#### • واقع الإعلام الديني في الفضائيات الإخبارية:

يتجسد الإعلام الديني الذي نحن بصدد البحث عنه في الفضائيات الإخبارية المشمولة في الدراسة، في البرامج التي تتناول الشأن الديني بكيفية راتبية ضمن البرمجة الأساسية، وهي التي يمكننا الرجوع إلى حلقاتها عبر حساب الفضائية على اليوتيوب، وليس الأخبار التي تجد مكانها ضمن البث الإخباري اليومي للفضائية.

أولاً: شبكة الجزيرة الإخبارية:

عندما نقلب في شأن قناة الجزيرة نجدها قد خصصت برنامجاً راتبياً استمر منذ سنوات، ضمن الشبكة البرمجية التابعة لها، والذي يحمل اسم الشريعة والحياة في رمضان وهو عبارة عن نقاش مفتوح يديره المذيع محمود مراد وهو أحد أبرز الإعلاميين في القناة مع علم من علماء الدين الإسلامي في كل حلقة<sup>15</sup>، ويدور النقاش حول عدد من الموضوعات والقضايا الدينية والروحية التي تهم الناس في دنياهم وآخرتهم، وقد حمل البرنامج شهرة واسعة منذ اطلاقه، مع مروره بمراحل وتحولات عديدة، وتوقفه لسنوات قبل عودته هذه السنة بحلة جديدة، وهنا نشير إلى اسم البرنامج الذي تحول من الشريعة والحياة إلى الشريعة والحياة في رمضان، إلى جانب توقيت بثه وكذلك الضيوف والمذيع.

البرنامج يقتصر على العرض مدة شهر في السنة أي شهر رمضان المبارك عكس ما كان عليه سابقاً كل أسبوع، وقد تم بثه من يوم الجمعة إلى السبت على السادسة مساء بتوقيت مكة المكرمة ابتداء من 24 أبريل / نيسان 2020 إلى 23 مايو / أيار 2020.

ثانياً: قناة التلفزيون العربي

تلقت تجربة قناة التلفزيون العربي مع تجربة قناة الجزيرة من حيث تقديم بعض البرامج الدينية التي تهتم بحياة المجتمعات الإسلامية، والحرص على وجود مختصين في الشأن الديني للإشراف على المحتوى المعروض للمشاهد المسلم وغير المسلم، وتتوسع دائرة الاهتمام من خلال عرض برنامج ديني راتب اسمه قراءة ثانية يقدمه الدكتور علي السند،

<sup>15</sup> يمكن التأكد من ذلك في موقع الجزيرة نت من خلال الرابط التالي: <https://2u.pw/UTUVh>

والبرنامج يقدم قراءة جديدة متجددة لكل ما هو سائد ومألوف ومتعارف عليه في الساحة الإسلامية<sup>16</sup>، يستضيف عدد من المختصين في الأغلب اثنان لمناقشة موضوع الحلقة، والبرنامج يعرض كل أربعماء في تمام العاشرة ليلاً بتوقيت القدس، وقد انطلق بث البرنامج في 10 يونيو/ حزيران 2019 ولا يزال مستمرا إلى غاية الآن. وقد تطرق في حلقة بتاريخ 21 أكتوبر / تشرين الأول 2020 الى إشكالية هل الإسلام يعاني من أزمة؟ مدخل الإسلاموفوبيا في الفترة الأخيرة والتي شهدت ضجة كبيرة كما أسلفنا الذكر.

نخلص للقول إن واقع الاعلام الديني في الفضائيات محل الدراسة قبل انفجار أزمة الإسلاموفوبيا وما نتج عن تصريحات الرئيس الفرنسي وكذا الرد من الشعوب الإسلامية تشير إلى حصلة متواضعة للمحتوى الديني مقارنة بالمحتوى السياسي والاقتصادي، الأمر الذي يطرح إشكالية إدراك وسائل الإعلام العربية لأهمية الدين في الحياة البشرية للامة الإسلامية، حتى إذا حلت مثل هذه الانزلاقات العنصرية تهافتت معظم المؤسسات إلى تغطيتها وتسليط الضوء عليها والصعود بها إلى قمة الأولويات دون منافس، وذلك ليس وعياً بأهمية القضية، بل لأن الفاعلين الاجتماعيين على مواقع التواصل الاجتماعي أصبحوا يشكلون ضغطاً رهيباً للمؤسسات الإعلامية، وشكلت الأزمات الاجتماعية للشعوب تحديات حقيقية أمام نفوذهم.

#### • تغطية الفضائيات الإخبارية لظاهرة الإسلاموفوبيا:

هناك شبه إجماع على أن ظاهرة الإسلاموفوبيا كل ما ارتفعت إلى السطح إلا ونتاج عنها تقلبات في المجتمعات العربية، والكل لاحظ كيف انفجرت المجتمعات بعد التصريحات المستنزة للرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون وما نتج عنها وعلى وجه الخصوص حملة المقاطعة الواسعة للمنتجات الفرنسية، لذا من المستبعد أن نشذ أي وسيلة إعلامية عن تغطية الحدث وخاصة إن كانت وسيلة إعلامية إخبارية متخصصة وهنا تكون التغطية أكبر وعلى مدار الساعة.

لذا فإن هذه الدراسة تأتي لاستكشاف واستظهار مدى تغطية الفضائيات الإخبارية عينة الدراسة للظاهرة، والنظر في المحددات التي اعتمدها التغطية وربطها بتجارب باقي تغطيات القنوات ورواد السوشل ميديا، حتى نتمكن من تفسير إمكانية نجاح التغطية، والتعقيب في إمكانية موقع التغطية هل هو امتداد طبيعي للاهتمام بشؤون الدينية للمجتمع من خلال تجهيزه وثقافته حتى يتمكن الشعوب من التعاطي مع هذه الأزمة بوعي وفعالية، والابتعاد عن التخبط في الخسائر المادية والمعنوية؟

<sup>16</sup>يمكن التأكد من ذلك في موقع قناة التلفزيون العربي من خلال الرابط التالي: <https://alaraby.tv/search>



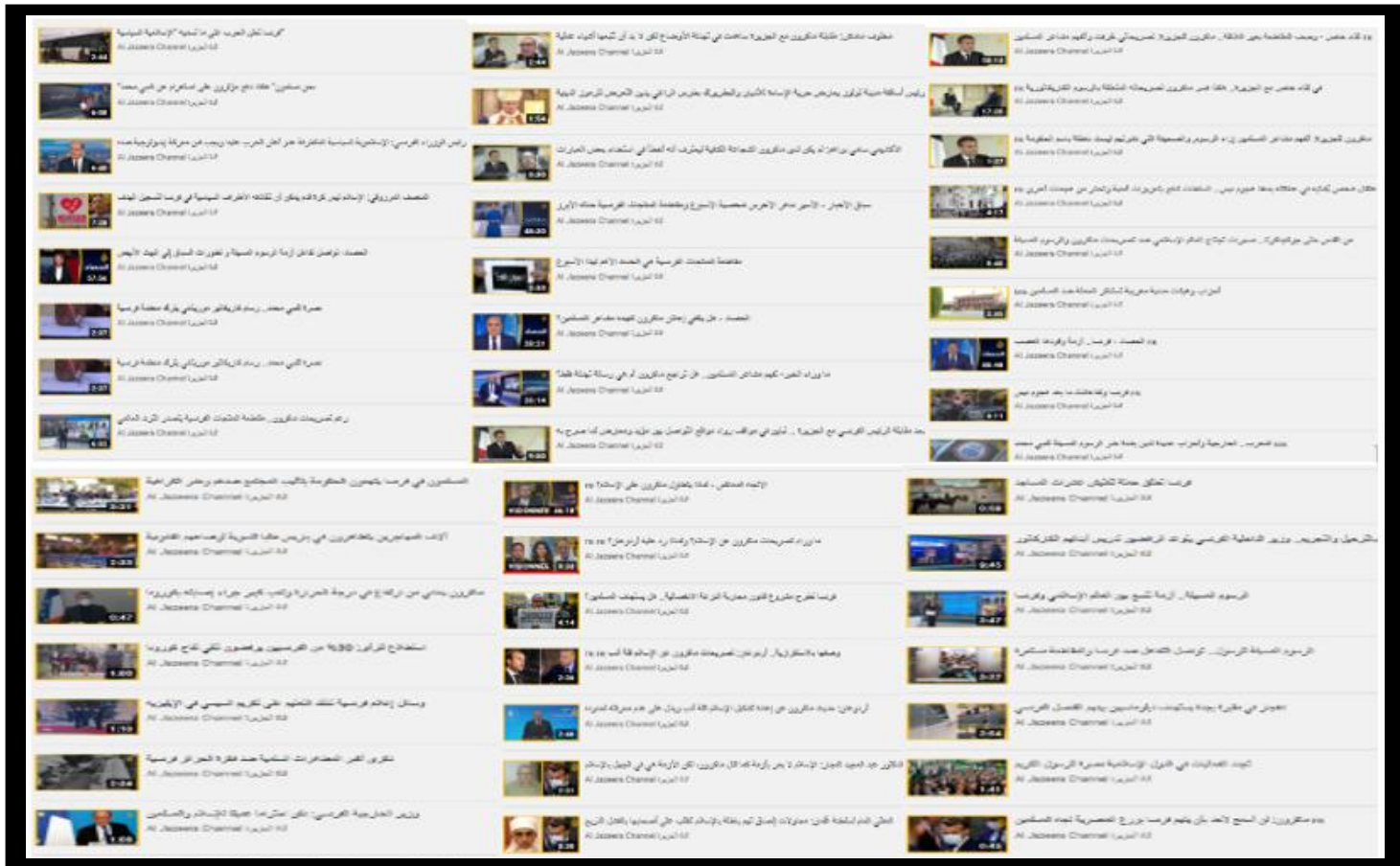
من خلال رصدنا للتغطية الإعلامية لظاهرة الإسلاموفوبيا نسعى إلى استكشاف الخصائص العامة لهذه التغطية عند كل قناة فضائية على حد من بين القنوات عينة الدراسة، وصولاً إلى تلمس المحددات التي انطلقت منها، ثم نجري مقارنة نوعية بين القناتين للتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف ومتطلبات التغطية في زمن السوشل ميديا.

## 1 - تغطية قناة الجزيرة:

يمكننا التعرف على تغطية قناة الجزيرة لظاهرة الإسلاموفوبيا وما نتج عنها من أزمات من خلال الرجوع لبدائيات الاهتمام بهذه الظاهرة أي منذ ارتفاعها إلى السطح مجدداً، حيث تشير إلى ذلك مقاطع الفيديو المتوفرة على حساب القناة في اليوتيوب، وموقع القناة الجزيرة. نت بالإضافة إلى متابعة البث الحي ونشرات الأخبار والبرامج عبر شاشة القناة، ثم ننظر بعدها في نوعية المحتوى الذي تقدمه القناة في كافة منصات التواصل الاجتماعي، حتى نصل إلى خلاصة تقييمية.

حساب قناة الجزيرة في اليوتيوب يشتمل على مجموعة منتقاة من مقاطع الفيديو وليس الأرشيف حيث خصص للأرشيف حساب خاص تم تسميته مكتبة الجزيرة المرئية<sup>17</sup>، إلى حد ما لا يمكن ضبط تاريخ أقدم مقطع عالجت فيه القناة ظاهرة الإسلاموفوبيا، لكن مع انفجار المواجهة ضد الإسلام بعد أحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001 في أمريكا بدأ المؤشر في الارتفاع، وكان أول معالجة للقناة بتاريخ 08 فبراير/ شباط 2013 ضمن برنامج في العمق، إلا أن الاهتمام بهذه الظاهرة تجدد في الفترة التي تلت التصريحات المستفزة للرئيس الفرنسي وكذا حملة المقاطعة العربية للمنتجات الفرنسية، فكان أقدم فيديو يعود لتاريخ 02 أكتوبر/ تشرين الأول 2020، عندما انفجرت مواقع التواصل الاجتماعي وارتفعت التريندات في تويتر من بينها على سبيل المثال لا الحصر " مقاطعة المنتجات الفرنسية، رسولنا خط أحمر، ماكرون يسيئ للنبي " ومنذ ذلك التاريخ زاد حجم الاهتمام حتى أصبحت معظم مقاطع الفيديو في الثلاث أسابيع التي تلت ذلك تغطي الحدث وحتى البرامج تتناول الظاهرة.

<sup>17</sup> يمكن الاطلاع على الحساب من خلال الرابط التالي: <https://cutt.us/GIMPP>



الصورة(1): توضح مقاطع الفيديو التي تنشرها القناة عبر حسابها في يوتيوب:

المصدر: <https://cutt.us/bUATQ>

ومن بين قوائم الفيديوهات المحملة على حساب قناة الجزيرة في اليوتيوب، والتي بلغ عددها 66 قائمة (حتى تاريخ 29 أكتوبر/ تشرين الأول 2020) كان هناك 9 قوائم تضمنت مقاطع فيديو عن ظاهرة الإسلاموفوبيا، أي بنسبة 13 % مع العلم أن أقدم هذه القوائم يعود إلى سنة 2010. ونخلص من هذه القوائم إلى أن قناة الجزيرة لم تقتصر تغطيتها لظاهرة الإسلاموفوبيا والأحداث الناتجة عنها على برنامج بعينه فقط، بل تعدى ذلك إلى عدد من البرامج وكذا نشرات الأخبار، فضلا عن قائمة مقاطعة فرنسا والتي تضمنت 126 مقطعاً يعود أقدمها إلى تاريخ 02 أكتوبر/ تشرين الأول 2020، لكن يجدر الإشارة كذلك إلى نقطة أن المقاطع لم تنصدر الصفحة الرئيسية للقناة في اليوتيوب، بل كان مرورها مثل مرور باقي الأحداث السياسية الساخنة، مما يوحي بأن الموضوع رغم أهميته لم ينل الاهتمام الكافي ضمن الأجنحة الإعلامية للجزيرة.

Playlists créées

قضايا رئيسية

## الصورة (2): تظهر قوائم الفيديوهات في حساب قناة الجزيرة:

المصدر: <https://2u.pw/mRKmu>

ولا يقل موقع الجزيرة. نت عبر الواب عن حساب الجزيرة في اليوتيوب من حيث تناول وتغطية ظاهرة الإسلاموفوبيا بل يتجاوزها من حيث الاهتمام، فالصفحة الرئيسية للموقع الموجه للعالم العربي والدولي تعرضان مواضيع خاصة بالظاهرة، بالإضافة إلى الإشارة للبرامج التي تناولت وعالجت أزمة الإسلاموفوبيا، وكذا القصص الإخبارية والمدونات الشخصية التي تحدثت عن الظاهرة ومختلف تأثيراتها على المجتمعات الإسلامية.



الصورة(3): توضح الصفحة موقع الجزيرة. نت عبر الواب:

المصدر: <https://www.aljazeera.net>

لقد جمع موقع الجزيرة. نت مختلف المواضيع المتعلقة بظاهرة الإسلاموفوبيا أو الدين بصفة عامة، وكانت تغطيتها مكثفة للظاهرة وذلك في عدة أقسام ضمن أقسام الموقع مثل قسم ثقافة، سياسة، ميدان وغيرها ليعبر عن مدى اهتمام الشبكة بتغطية الموضوع، بالإضافة إلى ذلك تم تخصيص قسم تراث الذي اختص بعرض تراث الدين الإسلامي والأمة الإسلامية بصفة عامة، وللتعرف على مدى غنى هذا القسم بالمحتوى نستعرض بعض مواضيعه التي تقترب كما أسلفنا من حضن الدين الإسلامي، فهناك موضوع جذور ظاهرة الإسلاموفوبيا بالاندلس.. اعتمدت الإساءة لرسول الإسلام وأججت فظائع محاكم التفتيش وأسست لليمين المسيحي المتطرف، وموضع الحنابلة أكثرهم تنقلاً والشافعية أشدهم استقطاباً وأشهرهم ابن مالك النحوي والمقرزي والشيخ محمد عبده.. العابرون بين المذاهب، وكذا موضوع خبرة التعايش الإسلامية التي يجهلها ماكرون.. تشاركوا شعائر الاستسقاء ونظّموا مظاهرات رفعوا فيها القرآن والإنجيل والتوراة.

من هنا يبدو أن هذا القسم يحتوي على ما يشبه مضامين وسيلة إعلام متخصصة في المحتوى الديني، وعلى صعيد فعالية إعداد المحتوى فكان في قالب طويل لكنه بأسلوب شيق يجذب القارئ ويحاصره إلى أن يكمل تسلسل السرد القصصي

المحترف، إلى جانب الوسائط المتعددة التي كانت متواجدة في العديد من المواضيع، وأيضا المرونة وسهولة الوصول للمنصات المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للشبكة.

أما فيما يخص التغطية عبر الشاشة فقد شملت إلى حد ما معظم ساعات البث، عندما تحولت البرامج المختلفة إلى تسليط الضوء على ما نتج من حملات ضد فرنسا والسعي للبحث في واقع الجاليات المسلمة المتواجدة في أوروبا أو الغرب بصفة عامة، بالإضافة إلى الاستديوهات الإخبارية التي سعت إلى رصد الأحداث في الميدان أول بأول وتم إعداد تقارير وتغطية حية مباشرة ومتابعة دقيقة لتطورات الأحداث.

وشملت التغطية النقل لمعظم التطورات التي عرفتها المدن العربية وكذا مختلف المؤتمرات الصحفية التي عقدها زعماء الدول العربية للرد على الإساءة للنبي محمد صل الله عليه وسلم، فضلاً عن استضافة متخصصين وأكاديميين للتحليل والحديث عن الأزمة وما نتج عنها واستشراف مستقبلها. من جهة أخرى استضافة القناة الرئيس الفرنسي ماكرون للحديث عن التصريحات التي صدرت منه وكذا الحملة التي اضجعت مرقده.

ولعل أبرز ما يميز تغطية قناة الجزيرة هو الحضور النوعي للمتخصصين والأكاديميين للحديث عن الظاهرة وتفسير ما خفي في جوانبها، وأيضا تفسير ردة فعل الشارع العربي، ومدى تأثير هكذا حملات على الاقتصاد الفرنسي، وتم بث بعض تصريحات المتخصصين في قوالب جاهزة لمواقع التواصل الاجتماعي.

أبرز المحددات التي يمكن رصدها من خلال تغطية قناة الجزيرة لظاهرة الإسلاموفوبيا، ما يلي:

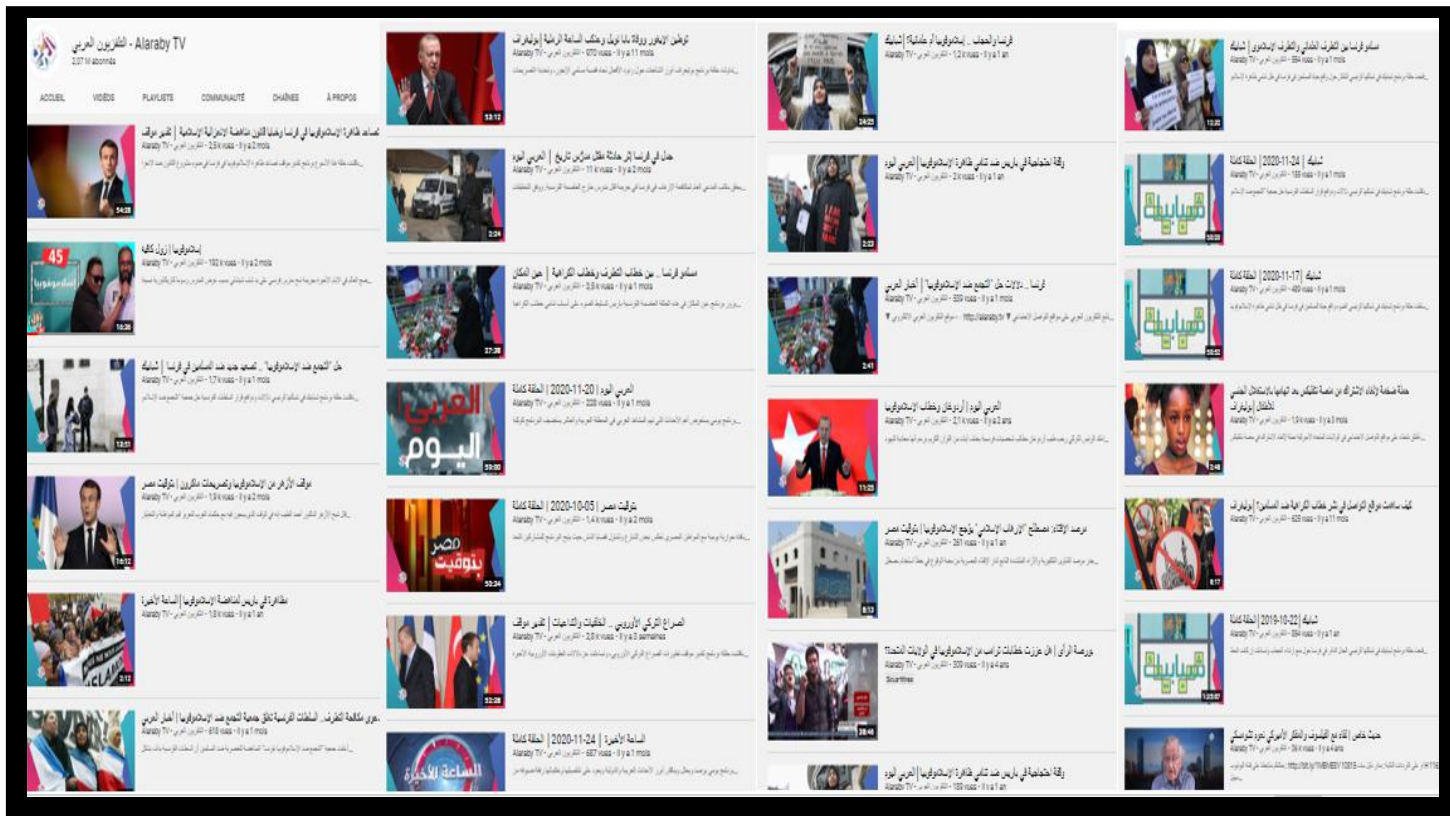
- التركيز على التغطية الشاملة والمستمر للظاهرة باعتبارها حدثاً طازجاً عرف تداولاً ضخماً على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام بتصريحات المسؤولين والتعامل معها نقدياً، ومقابلتها مع البعد التاريخي للظاهرة وحجم تطورها في حوض مؤسسات تابعة للدول الغربية.
- التركيز على الجانب الإنساني المتعلق بحقوق البشرية في العيش في سلام دون المساس بالثوابت لكل الشعوب، والحالة النفسية التي يعيشها المسلمون نتيجة ضغوطات مثل التي تفرض عليهم في الغرب.
- الاهتمام بالآثار الاقتصادية والاجتماعية للظاهرة وتوقعات مستقبل المسلمين من حيث الأنظمة السياسية والعلاقات الدولية.

## 2 - تغطية قناة التلفزيون العربي:

على نفس منوال التغطية الإعلامية لظاهرة الإسلاموفوبيا في المنطقة العربية كانت تسير قناة التلفزيون العربي، إلا أنها اختلفت إلى حد ما بعض الشيء في تناولها للموضوع، حيث لم تسحب الجانب السياسي إلى العمق، بل غلب على تغطيتها التي كانت متعاطفة إلى أبعد الحدود الجانب الفكري، وبتعبير أدق القول إن التلفزيون العربي تناول الأزمة من جانب فكري ولم يسيس الموضوع، وهذا من خلال التنقيب في حدود البعد الفكري الذي يطغى على المجتمعات الغربية التي ترفض التعايش في كنف حرية المعتقد مع المسلمين، كما هو ثابت وموثق في مقاطع الفيديو الموجودة في حساب القناة على اليوتيوب أو الموقع الإلكتروني أو من خلال تتبع بث القناة.

انطلاقاً من مواكبة موجة تسليط الضوء على ظاهرة الإسلاموفوبيا التي ارتفعت أسهمها في بورصة اهتمامات الجمهور العربي في كل الأقطار، بدأ اهتمام قناة التلفزيون العربي بالظاهرة وتداعياتها، حيث يعود أول فيديو تم بثه إلى تاريخ 02 أكتوبر/ تشرين الأول 2020، أين تم الإفصاح والحديث عن قفزة الرئيس الفرنسي الذي تحدث عن الإسلام وقال إنه يعيش أزمة في كل الأصعدة، ثم تلاها مباشرة تدخل مراسل القناة في باريس للحديث عن الخطاب وتحليل ما بين سطور تلك الخرجة المستفزة حسب ما وصفها المراسل، وهنا تم أيضاً الإفصاح على أن التوجه فكري محض من خلال سقوط الرئيس الفرنسي في جيب اليمين المتطرف في فرنسا.

ابتداءً من 25 أكتوبر/ تشرين الأول 2020 بدأ الاهتمام يتزايد في القناة بشكل أكبر، أي على هامش تدشين الشعوب العربية لحملتها التي انطلقت من مضمار مواقع التواصل الاجتماعي من أجل مقاطعة المنتجات الفرنسية، وكان هذا من أوسمة انطلقت كالسهم عبر حسابات المغردين في تويتر ليتم الاستجابة لها رسمياً من بعض الحكومات على سبيل المثال تركيا وتصريحات أوردوغان الذي دعا لتبني هذه الحملة بشكل رسمي.



الصورة(4): توضح مقاطع الفيديو التي تنشرها قناة التلفزيون العربي على حسابها في اليوتيوب:

المصدر: <https://cutt.us/63q84>

اهتمام قناة التلفزيون العربي بظاهرة الإسلاموفوبيا كان واضح لكن لم يكن بارزاً حيث لم تصدر مقاطع الفيديو التي تناولت الظاهرة الصفحة الرئيسية بل كان مرورها مثل مرور باقي التغطيات أو الأخبار المهمة، ويلاحظ أن القناة في تناولها للأزمة اعتمدت على التغطيات الإخبارية أكثر من البرامج، وهذا ربما ما ينسجم وفق السياسة التحريرية للقناة، مع فتح المجال نوعاً ما لبرامج الرأي وتسييل الضوء على نبض الشارع العربي وما يدور فيه حول الظاهر والنشاط الحي لحملة مقاطعة المنتجات الفرنسية.

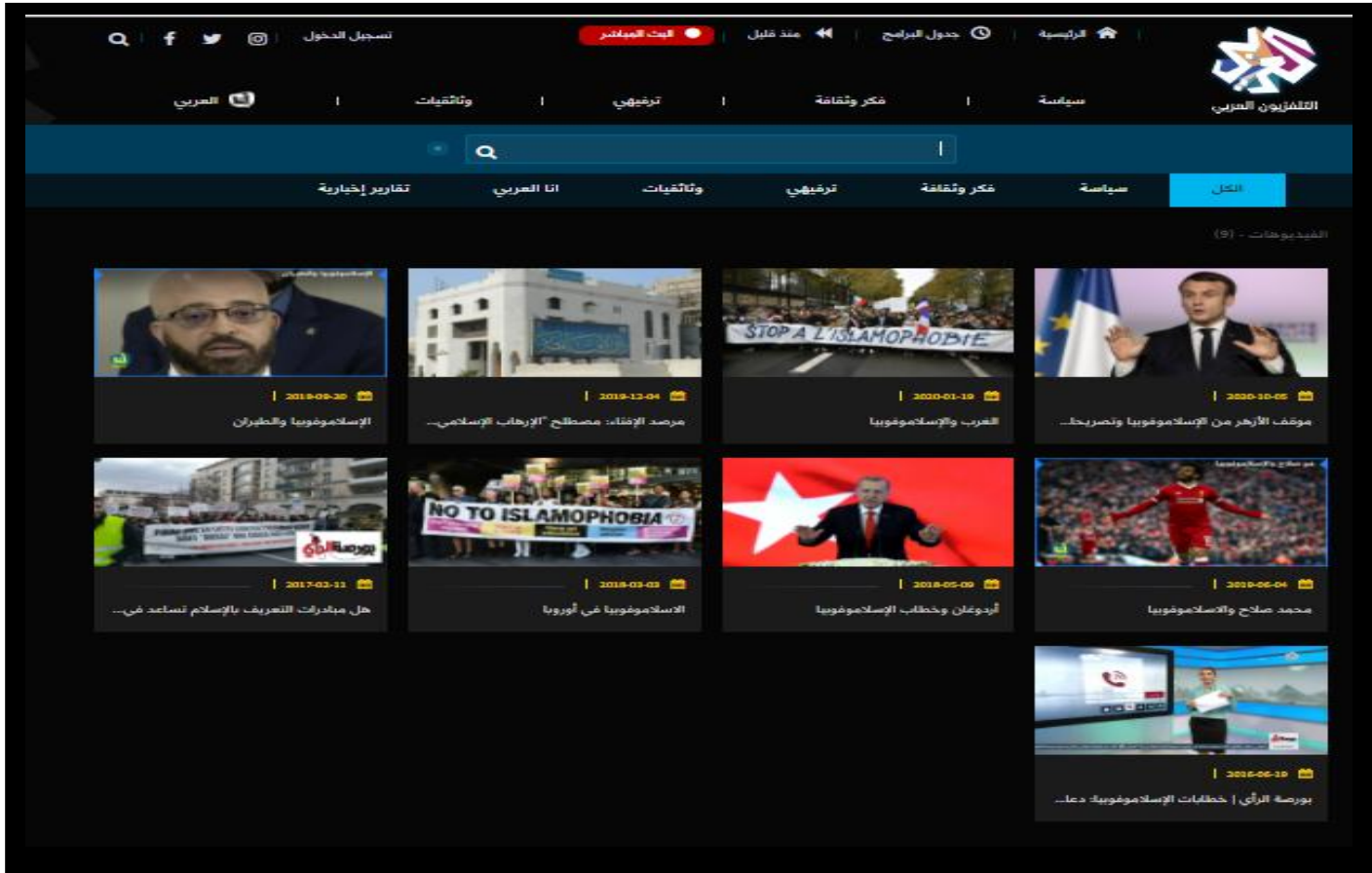
قناة التلفزيون العربي تنشر عبر حسابها في اليوتيوب عدد محدود من قوائم الفيديو والتي تبلغ 73 قائمة، (حتى تاريخ 29 أكتوبر/ تشرين الأول 2020) وهي قوائم متنوعة المحتوى، كان هناك 7 قوائم شملت مقاطع فيديو عن ظاهرة الإسلاموفوبيا، أي بنسبة 9 % ونشير إلى أن أقدم هذه القوائم يعود إلى سنة 2015 أي مباشرة بعد افتتاح القناة رسمياً.

الصورة(5): تظهر قوائم الفيديوهات في حساب قناة التلفزيون العربي:

المصدر: <https://cutt.us/cdk1t>

موقع قناة التلفزيون العربي عبر الواب وفي الحديث عن تغطيته نلاحظ أنه لم يتناول الظاهرة بشكل بارز بل اقتصر فقط على إعادة نشر مقاطع الفيديو وكذا حلقات البرامج التي تناولت الظاهرة بصفة عامة وكذا أزمة مقاطعة المنتجات الفرنسية. وموقع القناة لا يحتوي إلا على مقاطع فيديو تم إعادة نشرها أي لا يحتوي على مادة مكتوبة مثل مقالات أو تقارير.





الصورة(6): توضيح الصفحة موقع التلفزيون العربي عبر الواب:

المصدر: <https://alaraby.tv/>

أما تغطية التلفزيون العربي لظاهرة الإسلاموفوبيا من خلال البث الحي كانت تسعى لأن تواكب التطورات اليومية للأزمة، وأثارها على مختلف مناحي الحياة وأبعادها على علاقة الأفراد المسلمين في المجتمعات الغربية. يلاحظ في تغطية قناة التلفزيون العربي إلى حد قريب من ضعف التركيز على الإعلام الديني الذي يتعاطى مع ظاهرة الإسلاموفوبيا بحساسية عالية جداً، ويجذب الجمهور العربي العاشق لدينه لحد الجنون، ويقودهم على مستوى تبني أي سلوك معادي لمن يحاول المساس بأي من مقومات الدين. لكن بعض الامتيازات المقدمة للجمهور المتابع التي توفرت في تغطية قناة الجزيرة نرى أنها تغيب في تغطية التلفزيون العربي حيث لم يخصص هذا الأخير نفس المساحات الشاسعة التي وفرتها الجزيرة لجمهورها، يعني باختصار التغطية التي نجدها في قناة الجزيرة لا توجد بالقدر نفسه عند قناة التلفزيون العربي.

ويطغى على تغطية قناة التلفزيون العربي التخوف من الأثر الاجتماعية للظاهرة، ومقاومة فكرة تمرير التعامل مع الوضع سياسيا دون تجريمه دوليا مما قد يؤدي إلى ارتفاع معدل العنف ضد المسلمين في الغرب، وارتبط كل ذلك بمستقبل الجاليات المسلمة في المجتمعات الغربية التي بقيت تحت فم المدفع مباشرة عند أي مؤشر لانفجار الظاهرة من جديد.

برامج الرأي التي سلطت القناة من خلالها الضوء على نبض الشارع العربي تقاسمت إلى حد بعيد الأدوار مع البرامج الإخبارية من حيث اطلاع المشاهد على آخر مستجدات أزمة مقاطعة المنتجات الفرنسية مع التركيز عن القرارات الصادرة عن الحكومات الإسلامية.

وهكذا، يمكننا أن نخلص إلى أبرز المحددات التي يمكن رصدها من خلال تغطية قناة التلفزيون العربي لظاهرة الإسلاموفوبيا، ما يلي:

- تغطية جزئية من حيث الكم والكيف، حيث لم تتصدر الظاهرة وكانت تغطيتها غير متعمقة في أثار الأزمة بشكل مكثف، بل كانت تميل إلى نوع من التثقيف وتعريف المشاهد بالمستجدات.
- غياب كلي للإعلام الديني الذي يكسب القناة تميزاً على مستوى تحرير واختيار زاوية المعالجة وأيضا انتقاء القصص الإخبارية التي تحول المؤسسة إلى فاعل رئيسي محرك للشعوب في الأزمة.
- المواكبة غير المرنة لتطورات الازمة وما نتج عنها خاصة في المجتمعات العربية، وهذه المواكبة لم تغير السياسة التحريرية للقناة الهادفة إلى تقديم الجانب الفكري على الجانب السياسي عند تناول شؤون الأزمة، رغم عدم تفردها بشكل كلي في الجانب السياسي إلى أنه لم يكن مسؤول مباشر حسب تغطية القناة.
- الاهتمام بتصريحات الخبراء والساسة الغربيين والتعامل معها نقدياً من خلال عرضها للتحليل من قبل أكاديميين وخبراء.

### 3 - مواقع التواصل الاجتماعي وظاهرة الإسلاموفوبيا:

ظاهرة الإسلاموفوبيا ليست بالجديدة في الساحة الدولية ولم تتعرف عليها الشعوب العربية منذ الأمس فقط، لكن خلال هذه الفترة ومع انفجار حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية باتت تعتبر ثاني أكبر أزمة إن لم تكن في الصدارة بعد حملة مقاطعة المنتجات الدنماركية سنة 2006. هذه المرة مواقع التواصل الاجتماعي لم تشهد الأزمة فقط بل كانت المحرك الرئيسي فيها كما أجمع جل المتابعين والمهتمين، السوشل ميديا التي ولدت من رحم الثورة الصناعية الرابعة والتي غيرت كل الأساليب التي

اتبعتها الناس في تواصلهم منذ ظهور البشرية، يعني أنها غيرت المفاهيم المتعلقة بنموذج العملية التواصلية، وعلى وجه الخصوص في جغرافيا مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي من حيث الاهتمام بشؤون العالم الإسلامي وقضاياها حيث شكلت هذه الأزمة محكماً حقيقياً لقياس مدى فوائد هذه الشبكات في جمع الآراء ونقل التوجهات وتغيير الأحداث كما فعلت في طوفان ما عرف بثورات الربيع العربي.

الشعوب العربية في السنوات الأخيرة استفادت إلى أبعد الحدود في رسم خطتها وتمير آرائها من خلال سلاح الهاشقات الفتاك الذي غير الكثير من الحدود في العالم العربي، لذلك أصبح الاعتماد على تويتر أو فيسبوك أو حتى اليوتيوب أمر مهم في البيئة العربية وحتى الدولية لأنه أثبت قدرته على جمع الحشود وتفعيلها، وهذا بدى واضحاً عشية انفجار أزمة مقاطعة المنتجات الفرنسية على خلفية تفعيل ظاهرة الإسلاموفوبيا العنصرية، فجل القنوات بدون استثناء قفزت إلى أحضان الشارع لتغطية الأزمة بعد أن أزعجها صوت التغريدات في سماء تويتر.

أثبتت العديد من الدراسات الأكاديمية والتقارير الصحفية أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الحلقة الأقوى في فضاء الإعلام، حتى إنها انفردت بأسلوبها حتى أعطيت الشرعية وأصبح الإعلام الرقمي أو صحافة المواطن يضع رجلاً فوق أخرى وهو يقابل الإعلام التقليدي في طاولة الحديث عن سرعة تناول القضايا وطرحها للرأي العام.

نعم يمكن الإقرار بأن مواقع التواصل الاجتماعي بها نوع من الخلط بسبب ضبابية الرؤية للناشر، واختلاط الساحة بنوع من الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، يعني عدم وجود حدود أو حارس للبوابة سمح للكثير من الأشياء البعيدة عن الصواب للمرور، لكن عند رصد تناول رواد مواقع التواصل الاجتماعي لظاهرة الإسلاموفوبيا بصفة عامة أو كيفية معالجة حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية اتضح شفاؤها من أي اعوجاج أو تزيف بل كانت تسير جلها في كنف الدفاع المشروع عن مقدسات العالم الإسلامي، رغم ارتفاع السقف في بعض الأحيان خاصة في الحديث عن الرئيس الفرنسي إلا أن هذا يمكن أن يكون مباحاً في ظل حرية التعبير التي بررها الرئيس الفرنسي بنفسه.

#### 4 - محددات ومتطلبات التغطية الإخبارية الفعالة في زمن الأزمات:

يتفق الجميع في أن الفضائيات الإعلامية منذ القدم لعبت دورها جيداً واستطاعت أن تمنح الإعلام التقليدي درع القيام بدور السلطة الرابعة كما ينبغي، لكن اليوم أصبح يُنظر إليها على أنها لا يمكن أن تُحتكر للكتاب والصحافة أو التلفاز والإذاعة، بل كما انتزعت هي فرصتها لما لا يُفعل بها اليوم نفس الشيء وتنفجر فيها المنافسة في ظل بزوغ فجر وسائل جديدة متجددة

أخرجتها الإنترنت من بطونها الولادة، لتتمكن هذه الأخيرة من إحداث ثورة حقيقية وتغيير كل المفاهيم والممارسات الإعلامية، وبالتالي تجبر إجباراً وسائل الإعلام التقليدية على التكيف معها ومواكبة طوفانها أو يكتب عليها الفناء أمام سيولها.

وعليه أمام هذا الوضع الجديد المتجددة باستمرار أصبح من الكمال أن تعيد وسائل الإعلام التقليدية النظر في المحددات التي تستند إليها عند تغطية الظواهر والأزمات، وهذا حتى تصبح فعالة في العمل إلى جانب الوسائط الجديد في تقديم تغطية تليق بالجمهور المتابع وقيامها بكل أدوارها اتجاهه.

من النظر في استراتيجيات ومحددات التغطية الإخبارية لظاهرة الإسلاموفوبيا وأزمة مقاطعة المنتجات الفرنسية في عينة الدراسة، اتضح لنا أنها بذلت وتبذل قصار جهدها في تغطية ظاهرة الإسلاموفوبيا، باعتبارها أزمة متجددة وترتفع إلى السقف بين الفترة والأخرى ولم تفاجئ وسائل الإعلام رغم عدم استعدادها جيداً لها بسبب تغيب بعض الشيء للإعلام الديني، إلا أنها كانت في المستوى بحكم إدراكها لجوانب الظاهرة وما يحوم حولها، وتمكنت من تقديم صورة جيدة حول كيفية تسليط الضوء على المواضيع التي يهتم بها الجمهور، عكس الفاعلين السياسيين الذين فضلوا روائح الشانزليزيه على قناعاتهم وقناعات شعوبهم الذين لم يستسلموا ووقفوا وقفة رجل واحد. قناة الجزيرة وقناة التلفزيون العربي عينة الدراسة كان ينقسمهما الاهتمام أكثر بالإعلام الديني رغم أن قناة الجزيرة يرتفع كعبها بعض الشيء على التلفزيون العربي في الاهتمام والتناول، إلا أن الاهتمام بصورة مستدامة أكبر تحسباً لأي عاصفة تضرب الشعوب الإسلامية يكون التصدي لها أكبر وقد تمنع من الأساس في ظل نشر أسس التعامل مع هكذا انزلاقات عنصرية.

وهكذا، ما أبرز المحددات التي تمكن وسائل الإعلام الإخبارية من الوصول الى تغطية إعلامية فعّالة تنقل المشاهد ليصبح فاعل أساسي في الأزمات؟

نستعرض في التالي بعض ما يمكن أن يرسم المحددات المأمولة:

- يجب أن تكون تغطية الظواهر والأزمات التي تقترب من الملف الديني لدى المسلمين بصفة مستدامة مستمرة، ولا يجب أن تكون تغطية تقف عند باب انفجار مواقع التواصل الاجتماعي بل يتوجب على الإعلام أن يسير في اتجاه مرتفع قرب الإعلام الديني، مهما كلف الأمر من ضغوطات على الأجندة الإعلامية، حتى تتجنب الشعوب الإسلامية ويلات وأثار مثل هذه الانزلاقات.

- أولوية وجود إعلام ديني مستدام ضمن محتوى كل قناة إخبارية، ويجب أو يشرف عليه طاقات

بشرية محترفة تجمع بين ثلاثية المعرفة والمهارة والدقة في توصيل المضامين التي لا يجب أن تبقى قفزات موسمية تزين بها الشاشة، يعني يجب أن تكون فرضاً لا نافلة، فهي تعد أساساً للعمل الإعلامي في المنطقة العربية، وحتى تتمكن من إسناد إليه كافة المجالات في محتوى المضامين الإعلامية.

- مواقع التواصل الاجتماعي وفي كل المجالات سواء الجانب الديني وغيره تسير بشكل متسارع نحول الهيمنة على اهتمامات المتواصلين من حيث النشر والتلقي والتفاعل، وعليه يتوجب على القنوات الفضائية أن تحسن استغلال هذه الشبكات بشكل أكبر ومستدام، وصياغة محتوى إعلامي يتلاءم مع خصائص هذه الشبكات، لا يوجد خلاف حول تواجد القنوات الفضائية في شبكات التواصل الاجتماعي باختلافها، لكن ما نراه أن معظم القنوات تستغل مواقع التواصل الاجتماعي كبوق دعائي لبرامجها وأنشطتها، وهي تفتقر في أغلب الأحيان الى تقديم محتوى خاصاً بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يفرضون قالباً صحفياً خاصاً بهم غير المستخدم في القنوات الإعلامية التقليدية.

- من الضروري أن تسارع القنوات الإعلامية وفي مقدمتها الفضائيات الإخبارية على التكوين المستمر للإعلاميين المنتمين إليها في مجال الإعلام الديني وغيره من المجالات، ولما لا إنشاء أقسام دائمة تهتم بالإعلام الديني كما هو الشأن مع الفن أو الرياضة، وتأهيل الصحفيين للقيام بالأدوار الصحفية وتقديم محتوى ديني محترف وفق استراتيجية تهدف إلى تأسيس إعلام ديني محترف مدرك لأدواره المهمة في حياة الشعوب الإسلامية.

#### خاتمة

كشفت التغطيات الإخبارية لظاهرة الإسلاموفوبيا، في بعض الفضائيات الإخبارية العربية، عن اهتمام نوعي جزئي إلى حد متزايد بالجانب الديني للمجتمعات الإسلامية، وسمحت له بافتكاك مكانته ضمن الأجندة الإعلامية رغم أنه لم يتصدر اللوحة إلا أنه تواجد فيها بشكل كثيف. ظاهرة الإسلاموفوبيا التي لم يسلم منها أي مسلم في الغرب وأصبحت تتجاوز حدود العالم الإسلامي حتى أرغمت هذه المرة مع انفجارها مجدداً وما نتج عنها من أزمة وسائل الإعلام من الرجوع إلى الاهتمام بها مجدداً، وأصبحت الأخبار والتقارير الصحفية تتوالى عبر منابر القنوات الفضائية الإخبارية.

الإعلام الديني يشكل حلقة في غاية الأهمية بالنسبة للقنوات الإعلامية العربية، فمنه تستمد الكثير من مقوماته وأساسه، لذا فإن الاهتمام به وتسلية الضوء على كل جوانبه، وأكثر من ذلك الاستثمار فيه وتعزيز مواردها البشرية بأفضل الطاقات خاصة الأكاديمية المتخصصة الفاعلة في المجال الديني، يوفر لهم الإمكانية اللازمة للارتقاء في سلم الخدمة الإعلامية المحترفة التي

تقدم ما يهتم به الجمهور العربي، ويشكل أثراً لهم من خلال تعزيز مكتسباتهم وتثقيفهم وأبعادهم عن الجهل والسقوط في نفق الأكاذيب والروايات المضللة.

يمكن لوسائل الإعلام بصفة عامة والفضائيات الإخبارية بصفة خاصة أن تعتبر من تجربتها في تغطية ظاهرة الإسلاموفوبيا، وتجدد نظرتها للإعلام الديني، حتى تسمح بخلق مقاومة أقوى تحول دون السماح بالاقتراب من مقومات العالم الإسلامي، ولا يجروا أحد على الاقتراب مستقبلاً وتتفادى البشرية انزلاقاً مماثلاً في حق شعوب لها نصف الأرض في إشارة إلى تعداد الأمة الإسلامية.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل نقطة قوة حقيقية في كل المجتمعات سواء العربية أو الغربية، لذا فإن القنوات الإخبارية مطالبة بتركيز نظرتها نحوها والعمل على قيادة مواقع التواصل الاجتماعي وليس العكس، حيث إن المشهد اليوم يشير إلى مواقع التواصل الاجتماعي كقائد يأخذ بيد القنوات الفضائية.

## قائمة المصادر والمراجع:

- 1 - الهادي محمد، أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 1995.
- 2 - أسماء فريد الرجال، سلسلة مفاهيم: الإسلاموفوبيا، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، مصر 2010، نسخة الكترونية.
- 3 - د. حسين عبد الجبار، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2008.
- 4 - د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، الطبعة 2، مصر 1994، نسخة الكترونية، موقع نيل وفرات كوم.
- 5 - مورش أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر 2004.
- 6 - د. محيي الدين عبد الحليم، الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 2، القاهرة، مصر 1984، نسخة الكترونية، موقع نيل وفرات كوم.
- 7 - د. محمد منير حجاب، الاعلام الإسلامي " المبادئ النظرية. التطبيق " دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة 1، القاهرة، مصر 2002، نسخة الكترونية، موقع كتاب بيديا.
- 8 - رائد أحمد غنيم، الخوف الغربي من الإسلام، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة 2012، نسخة الكترونية.
- 9 - زريق نفيسة. غربي عزوز، الخطاب الإعلامي والسياسي الغربي وتنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا. ملامح التأثير ومستوياته، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية 2017، نسخة الكترونية.
- 10- شتوي عبد مطر، علي رمضان صالح، الإسلاموفوبيا في الفكر السياسي الغربي، مجلة تكريت للعلوم السياسية 2017، نسخة الكترونية.
- 11- كهينة افروجن، الإسلاموفوبيا في الإعلام المكتوب الغربي: بحث في مصادر الصورة النمطية المعادية للإسلام، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2017، نسخة الكترونية.
- 12- محمد جواد أبو عال، محاضرة مجتمع البحث وعينته، كلية التربية الأساسية، شبكة جامعة بابل العراق، 23/10/2018.

- 1- Katherine Eastham، The Concept of Crisis، Canadian psychaitric Assiciation Journal، Vol 15. No 05. 1970. (pdf copy downloaded from SAGE Journal website).
- 2- Saied R. Ameli, Syed Mohammed Marandi, Sameera Ahmed, Seyfeddin Kara ve Arzu Merali, British Muslims' Expectations of the Government: The British Media and Representation: The Ideology of Demonisation. London : Islamic Human Rights Commision، 2007.

- موقع الجزيرة. نت: <https://www.aljazeera.net>
- حساب مكتبة الجزيرة المرئية على اليوتيوب: <https://cutt.us/GIMPP>
- حساب قناة الجزيرة على اليوتيوب: <https://cutt.us/gJVS0>
- موقع التلفزيون العربي عبر الواب: <https://alaraby.tv/search>
- حساب قناة التلفزيون العربي على اليوتيوب: <https://cutt.us/41NOI>